

凯迪仕双十一营销——破解智能锁品牌认知瓶颈

- **品牌名称：**凯迪仕Kaadas
- **所属行业：**家居类
- **执行时间：**2025.07.26-11.30
- **参选类别：**明星/达人营销类

案例视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

<https://www.bilibili.com/video/BV1xQWizoE6k>

合作背景

A.前期投放基础：2025 年上半年，凯迪仕在 B 站试水目标投放已初见成效，识别到该渠道的潜力。

B.品牌核心诉求：希望扩大声量、深耕目标人群，探索生意转化的新可能。

C.现存核心问题：**品牌自身高传播内容生产缺位，用户认知较弱**

核心策略



“必达策略洞察”结合“X火计划”与“花飞+”全链路闭环交易产出新人群增量。始终相信好内容能够带来“心引力”。

策略布局+执行监控

圈人群

通过 MA/TE 分层扩展相似人群，从品牌机会人群中筛选“高相似度、低渗透率”的高价值核心人群。



匹人选



人群包推送花火，从**自定义人群包**筛选

建内容



创意剧情
故事化叙事+极端场景试验
最大化破圈拉新蓄水人群

科技测评
测评选购深度种草，解决痛点
加深心智和决策引导

花飞提效



亮点成果



第344期每周必看

全站排行榜**最高第1名**

B站超**3400万**播放

人群拉新**1900万+**

资产量级提升**23倍**

位居智能门锁品牌类目**TOP1**

B站站内**GMV增长200%+**
拉动凯迪仕传奇大师K70系列
全域生意增长100%+



高传播内容缺位
认知缺位
负面舆情集中
.....



行业洞察

看品类趋势排比营销节奏

内容破圈

从人群-兴趣-痛点-场景
打造定制创意、深度评测内容

核心人群

机会人群

潜力人群

守

抢

找

人群攻守

由必达人群资产沉淀逻辑



策略布局



需求把握

细分痛点场景切入
深度种草影响消费决策



洞察
统筹

人群场

X

货品场

X

内容场

X

流量场

=

新人群场

关键
要素

人群洞察+
人群定向

产品
吸引力

UP主矩阵+
内容管理

流量入口+
竞价管理

用户资产规模+
人群吸引力

动作
重点

投前诊断, 锚定目标
人群画像, 精准出击

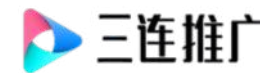
拆解核心卖点, 对应匹配
不同人群X场景X痛点

创意内容不挂链, 引导客户
绑定**京火任务**监测外溢转化
做好蓄水 O→MA
大促收割 MA→TES

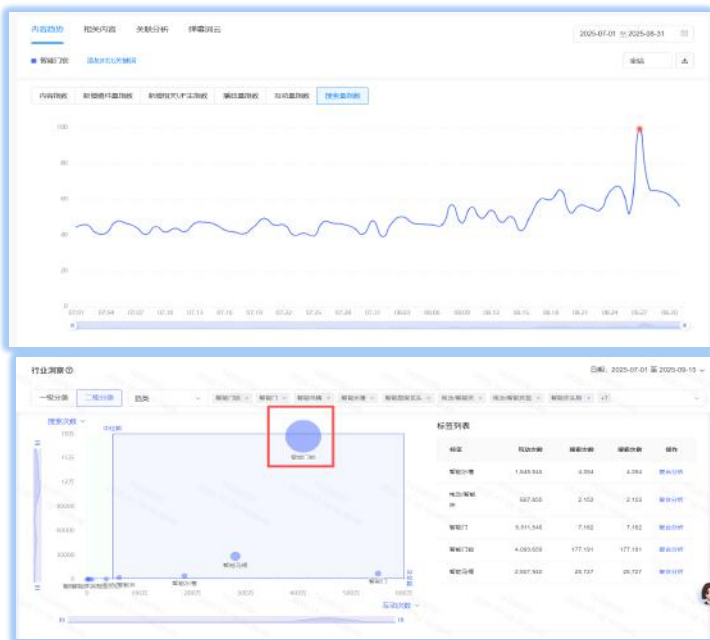
运用爆文分析功能
做好投中调优监控
“对的内容” 推向 “对的人群”

复盘更新人群画像
铺垫次轮投放

平台
工具



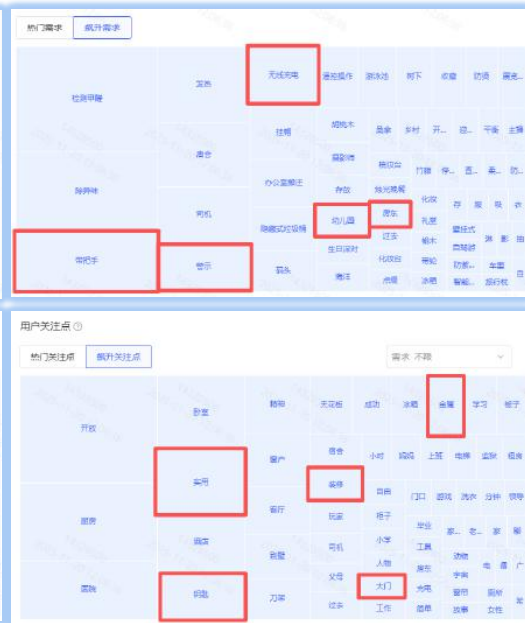
必达策略 + 花飞 + X火计划



双十一大促前期从**哔哩哔哩指数**中可以洞悉，相关用户对于【智能门锁】的自发搜索意愿强，由此破圈内容可前置安排作蓄水。同时在**必达行业洞察**中，下拉排序智能家居相关二级分类，【智能门锁】作为关键词在搜索次数中，遥遥领先于其他品类。



在智能门锁**品类复合分析**中，结合产品卖点，重点择取与品牌强契合+用户高关注的需求TOP5。



从**DMP公共人群**中下探，【智能门锁兴趣人群】高TGI用户为25岁-30岁男性，用户从一线城市以下至四线城市，分别占比超10%。



卖点提炼

梳理产品核心
解读目标用户画像

用户锚定

目标角色侧写
多维代入，探索潜在对象

K70SE

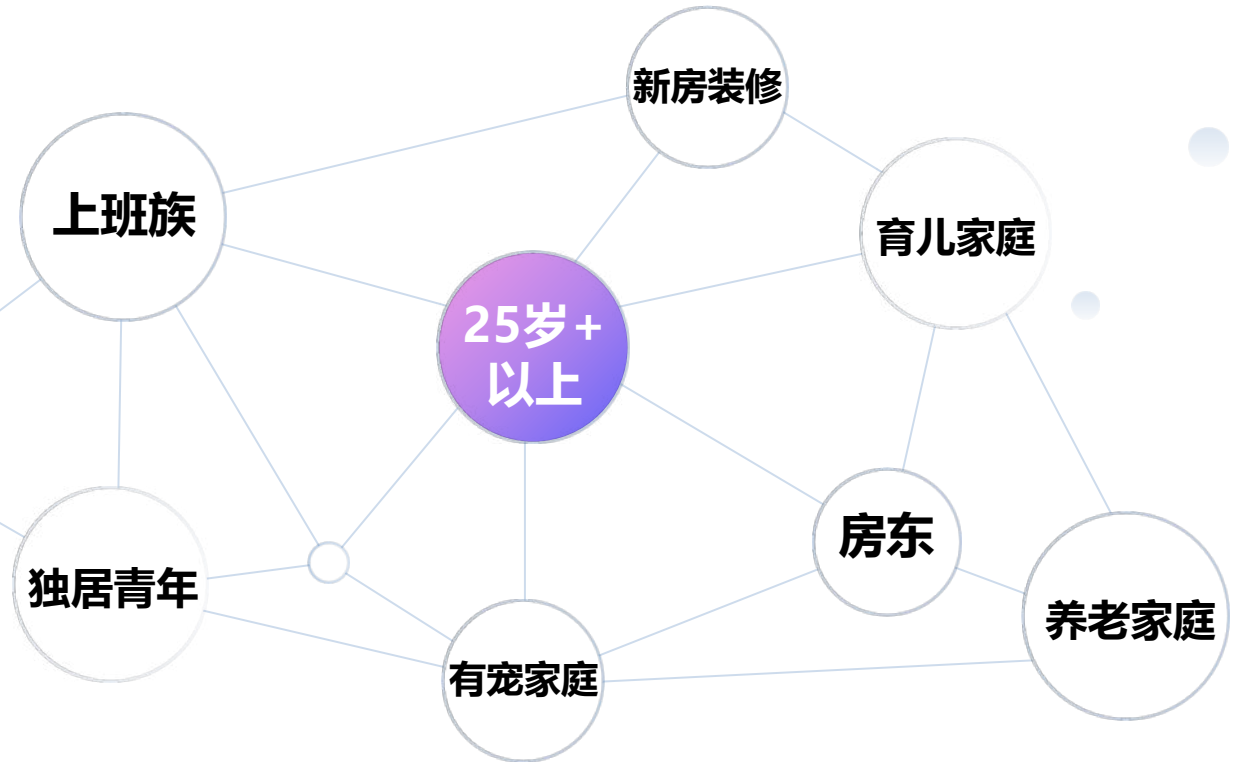


仿生人性设计

轻音全自动锁体

7维哨兵猫眼安全系统

AI3D视觉人脸识别

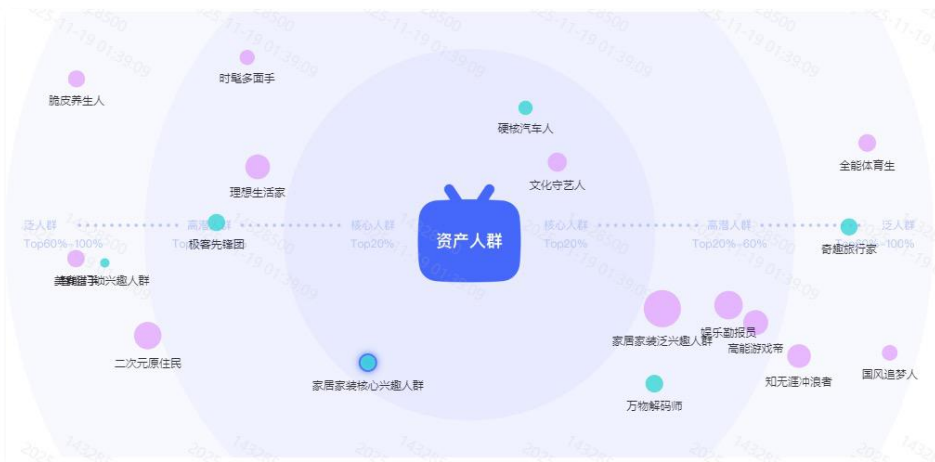
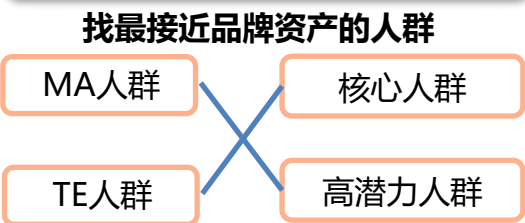




品牌资产	868,014	超过 64.29% 的同行业品牌
M 认识 Meet	311,835	超过 57.94% 的同行业品牌
A 兴趣 Appeal	484,901	超过 77.78% 的同行业品牌
T 信任 Trust	60,660	超过 62.70% 的同行业品牌
E 认同 Endorse	10,618	超过 65.08% 的同行业品牌

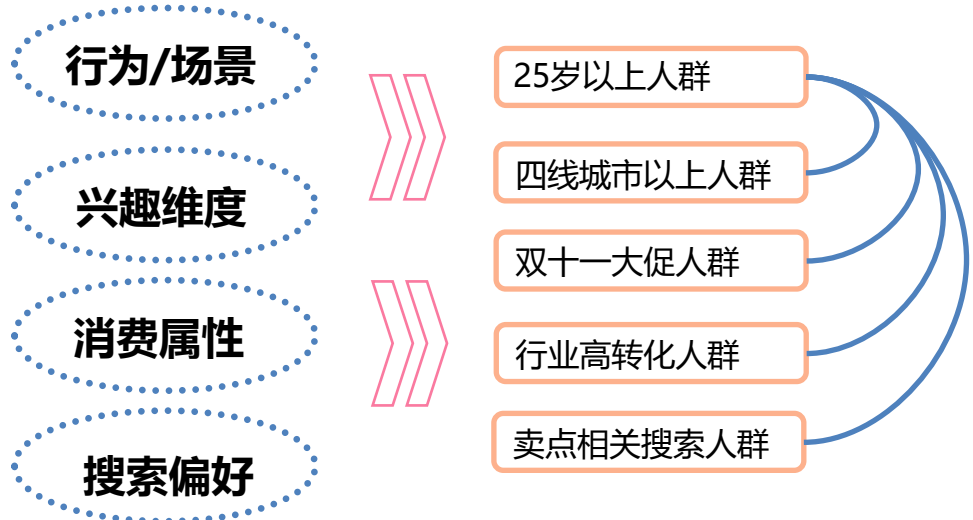


按MA/TE分层做相似人群扩展



从品牌机会人群中筛选高相似度，低渗透率的高价值核心人群。

- 家居家装核心人群
- 装修一党
- 智能门锁兴趣人群
- 家电钻研派



哔哩哔哩

家居家装核心人群 装修一党

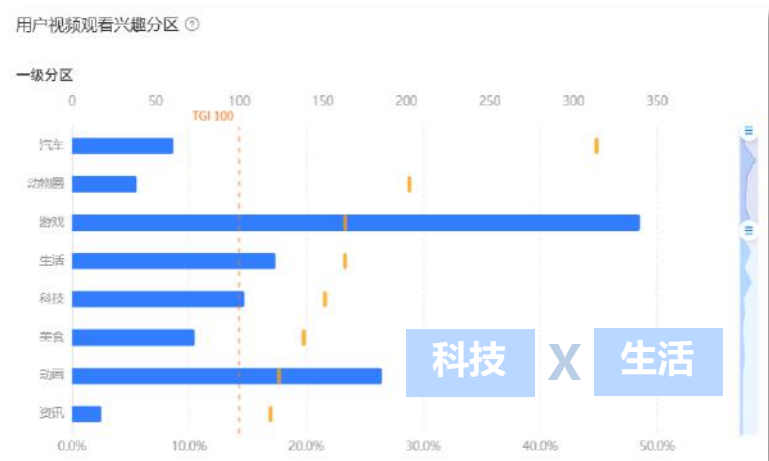
智能门锁兴趣人群 家电钻研派

流转

总资产	M 认识 Meet	A 兴趣 Appeal	T 信任 Trust	E 认同 Endorse
14,927,918	7,078,198	6,411,624	1,045,904	392,192
VS 8,374,070 (高于 VS 78.26%)	VS 4,541,338 (高于 VS 55.86%)	VS 3,005,250 (高于 VS 113.35%)	VS 639,323 (高于 VS 63.60%)	VS 188,158 (高于 VS 108.44%)

打包高相似、低渗透人群筛选破圈UP主做蓄水 --- 扩容品牌MATE人群 --- 筛选更贴合品牌MATE资产的优质UP主做种草收割

DMP



用户内容兴趣关键词

排名	用户内容兴趣关键词	匹配人群资产TGI	匹配人群资产占比
1	短视频	14883.0	0.35%
2	机油仕	14229.4	0.33%
3	需求	10613.6	0.18%
4	知识科普		0.64%
5	创意剧情		0.17%
6	家居房产		0.32%
7	家电测评		0.03%
8	硬核手工		0.05%
9	电动窗帘	2673.3	0.03%
10	高分小说	2392.5	0.05%
11	防盗门	2094.8	0.03%
	检查现金	2056.2	0.02%
	智能开关	1973.0	0.12%

高TGI兴趣分区选UP主分区

高TGI兴趣关键词选内容类型

花火

受众画像 粉丝数量 粉丝性别 粉丝年龄 粉丝所在地域 自定义人群包 NEW 15大特色人群

人群包ID 请输入 人群包管理

必达MA人群-U717 ID: 457414
覆盖人数 751.0万 · 创建时间 2025-07-17 11:06:41

25年双十一投前人群包分析 ID: 493181
覆盖人数 86.8万 · 创建时间 2025-11-19 01:35:11

关联度和相似度高的品牌未渗透人群包1.0 ID: 494132
覆盖人数 8879.6万 · 创建时间 2025-11-21 02:44:14

为您找到68位UP主

UP主信息

理想生活家垂直度 理想生活家影响力 理想生活家关注度

手工耿 创作能力 >50% 账号风格 商单数据 40-50%

小辉日记 配合度 >50% 必达人群覆盖度 50-60%

徐大花xudahua 配合度 >50% 必达人群覆盖度 1-3% 50-60%

人群包推送花火，从自定义人群包筛选

痛点洞察

- 缺乏美感 耗电快
- 开锁速度慢 噪音大
- 猫眼屏幕小 看护难
- 独居缺乏安全感
- 监控查找费时
- 人脸识别不兼容

场景切入

- 独居防护
- 家庭看顾
- 新房装修
- 静音安全

内容搭建

- 代入场景切身体验
- 分享真实使用感受
- 总结核心卖点

UP主矩阵

- 生活创意
- 种草收割
- 科技测评
- 高传播蓄水



数据说明：哔哩哔哩行业洞察25.7-25.8



内容词云



搜索词云



极端环境测试+个人冒险故事 双线叙事
 痛点场景化→功能拆解→情感升华
 @小狮日记



同品牌不同产品横测 凸显主推优势
 深度种草 提供痛点解决方案
 @春光研究院、@真言科技、@Colin咔咔

爆文拆解



创意剧情
故事化叙事+极端场景试验
@小狮日记

蓄水圈层

内容强曝光，拓宽品牌心智认知



@春光研究院、@真言科技、@Colin咔咔

科技测评
智能门锁测评选购

收割圈层

覆盖目标用户需求，串联品牌应用场景
直击用户痛点，带动种草转化

质爆区



量爆质爆



“质爆”稿件更具专业性
核心人群主动触达意愿强

质爆文

投放搜索、Story 类展位
兼顾泛人群辐射

核心人群

- 家居家装核心人群
- 装修一党
- 智能门锁兴趣人群
- 家电钻研派

待优化区



双爆文推送给「高潜人群」，影响用户心智

双爆文

大预算低出价

机会人群

双十一大促人群

行业高转化人群

通过「量爆文」的高声量
辐射泛人群

量爆文

大小卡
框下展示位

潜力人群

25+四线城市以上人群

卖点相关搜索人群

量爆区



智能
快速省电安全
轻音全自动

背景

凯迪仕新品「K70SE智能门锁」发布，面向中高消费力，追求品质住宅生活的家居人群开启新品种草，希望传递产品极致安全守护的理念与极致耐用品质

策略

两路并进，多维叙事：
1.娱乐化叙事消解广告属性
2.情感锚点与产品价值绑定
京火计划数据回传 监测内容链路产出

极端场景测试+故事化叙事的测评种草模式



@小狮日记
知名UP主
粉丝：100W+
生活创意UP主

通过地理跨度与气候反差构建视觉冲击力，同时以第一视角的沉浸式体验增强可信度，使产品性能验证从技术报告升级为具有传播性的故事内容。

- 采用"问题具象化→技术解决方案"的黄金话术结构。
- 将产品验证嵌入个人冒险经历，通过"登山者"与"测试者"双重身份叠加，降低广告抵触感。
- 通过功能场景化解释提升用户理解度。



热搜第11名 · 把家门改造成了屏幕

引发UGC暴风产出
数万位用户
评论区点赞品牌互动!

品牌心智深入人心

- 真不错，很有前景，大门安全不知道，但电竞房搞一个很爽
2025-10-18 09:43:22 7
- 凯迪仕营销部还是有点水平啊 这个智能门要是能做出来我是真愿意买
2025-10-18 11:38:36 6 2025-10-17 18:49:13 0.3万
- 甲方很牛逼，乙方也很牛逼，你们俩都牛逼坏了[笑哭]
2025-10-18 12:46:37 5

11100%+
品牌内容指数增长

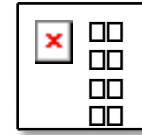
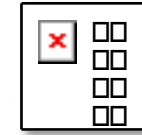
高
互动较行业BM

850万+
播放人数

100万+
总互动量

投前
行业中等水平

总资产 ⁺	M 认识 Meet ⁺	A 兴趣 Appeal ⁺	T 信任 Trust ⁺	E 认同 Endorse ⁺
867,889	256,460	541,513	57,646	12,270
超过 63.49% 的同行业品牌	超过 56.35% 的同行业品牌	超过 74.60% 的同行业品牌	超过 61.11% 的同行业品牌	超过 65.08% 的同行业品牌



投后
行业领先水平

总资产 ⁺	M 认识 Meet ⁺	A 兴趣 Appeal ⁺	T 信任 Trust ⁺	E 认同 Endorse ⁺
20,229,378	9,581,525	6,958,116	2,634,612	1,055,125
VS 8,389,869 (高于 VS 141.12%)	VS 4,544,376 (高于 VS 110.84%)	VS 3,009,285 (高于 VS 131.22%)	VS 646,862 (高于 VS 307.29%)	VS 189,345 (高于 VS 457.25%)

人群拉新
1900万+

资产量级提升
23.31倍



家居行业

人群渗透率排名
投前排名第**46**名
投后排名第**8**名
渗透率提升**20%+**

当我把家里的门改成了一块屏幕...

每周必看 等 4 项收录

第344期每周必看 >

全站排行榜最高第1名

1992.6万 39.1万

凯迪仕传奇大师K70SE

我的眼就是尺!

耗时1年的凯迪仕K70真实使用报告, 另附新款K70 SE测评

热门稿件 爆款视频 高互动 十万播放

第344期每周必看
全站排行榜最高第1名
B站超3400万播放
全网视频内容播放将近2亿

整体内容热门率50%
CPM15元
CPE0.44元

排名	品牌名称
8	凯迪仕
1	神气小鹿
2	迷鹿
3	黑白调
4	西昊
5	傲风
6	清雨

排名	品牌名称
8	凯迪仕
13	德施曼
26	华为
27	小米
36	鹿客

排名	品牌	排名环比
7	凯迪仕	↑ 30
11	小米	↑ 3
17	德施曼	↓ 1
19	华为	-
31	鹿客	↓ 1

行业品牌排名**第8** 位居智能门锁品牌类目跃升**38**名

舆情口碑至**第7**, 提升**30**名

TOP1

B站站内GMV增长200%+
拉动凯迪仕传奇大师K70系列
全域生意增长100%+